

Abstrakt

Název: Typologie návštěvníků házenkářského klubu HC SPORTA Hlohovec.

Cíl: Hlavním cílem této práce bylo navrhnout typologii návštěvníků házenkářských zápasů klubu HC SPORTA Hlohovec.

Metody: Data pro tvorbu typologie byla získána prostřednictvím kvantitativního marketingového výzkumu. Základním souborem bylo 484 návštěvníků třech různých zápasů extraligy mužů. V syntetické části byla typologie navržena prostřednictvím metody k-means.

Výsledky: Výsledky z dotazníkového šetření jsou prezentovány prostřednictvím grafů v analytické části. V syntetické části práce je popsán charakter každého ze čtyř navržených segmentů.

Klíčová slova: házená, sportovní divák, typologie, segmentace, k-means